

# 《制造中国》

## 图书基本信息

书名：《制造中国》

13位ISBN编号：9787301112670

10位ISBN编号：730111267X

出版时间：2007

出版社：北京大学出版社

作者：[美] 葛凯

页数：442

译者：黄振萍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《制造中国》

## 内容概要

“中国人要用中国货！”这是中国20世纪早期的国货运动中的醒目标语之一。这场运动通过灌输中国是拥有自己“国货”的“民族国家”的观念，寻求把消费与民族主义联系起来。这场运动影响了中国初萌的消费文化的方方面面，从衣服到食品添加剂这样的时尚、从博物馆到百货商店、从产品展览到广告，莫不如此。同时，反帝抵制外货运动、国耻纪念、国货展览会、对不忠实的消费者的诋毁以及中国工业部门的提倡，都强化了民族主义消费，并传布了这样的信息——爱国的中国人使用中国工人在中国人拥有并管理的工厂用中国原料制造的产品。

在本书中，葛凯（Karl Gerth）认为，影响近代（modern）世界的两大关键力量——民族主义（nationalism）和消费主义（consumerism）先后在中国滋长。在20世纪早期，民族主义把每件商品贴上“中国的”或“外国的”标签，消费文化变成了民族性概念被清晰表达，被制度化及被实践的场所以。本书以中文、日文和英语的档案，杂志、报纸和书籍为文献基础，第一次探讨了民族主义与消费主义之间的历史纽带，重新解释了中国近代史的基本方面，并为洞悉所有近代国家中的类似联系提出了方法上的参考。

# 《制造中国》

## 作者简介

葛凯（Karl Gerth）：

2000年获哈佛大学历史学博士学位，专业方向为近现代中国史。现为英国牛津大学大学历史系副教授。本书英文版列入“哈佛东亚专论”，2003年由哈佛大学出版社出版。作者与中国的情缘始自1986年，当时他作为一个大学生在南京大学和北京大学学习中文。此后他几乎每年都到访中国，或游学或研究。其间为研究民国史，他在台湾生活了三年。此外，为完成博士论文，他还到日本东京大学专门学习、研究了两年的中国近现代史。

目前葛凯教授正在写作两本有关中国的专著：其一集中考察消费文化在20世纪中国的变迁；其二则以1950年代为关注焦点，一方面考察中国的城市市场文化在这一阶段是如何被摧毁的，另一方面揭示这一阶段的国际冷战如何反映在中国人的日常生活中。

## 书籍目录

### 目录

图表目录.....	(1)
中文版序言.....	(1)
英文版序言.....	(4)
导论.....	(1)
第一部分 语境与个案研究	
第一章	
商品危机及国货运动的起源.....	(29)
第二章	
男人形象的民族化.....	(71)
第二部分 作为抵抗的消费	
第三章	
国货运动和反帝抵货运动， 1905—1919.....	(127)
第四章	
国货运动和反帝国主义抵制活动， 1923—1937.....	(163)
第三部分 展览综合体	
第五章	
民族主义商品展览会.....	(207)
第六章	
1928年展览会建立的民族主义 视觉认知.....	(249)
第四部分 民族国家、性别与市场	
第七章	
女性消费群体的民族主义化.....	(287)
第八章	
塑造爱国企业家.....	(335)
结论.....	(359)
参考书目.....	(373)

## 章节摘录

第一章 商品危机及国货运动的起源： 追溯民族化消费文化起源的努力可以从19世纪的一场商品危机开始。在中国人的理解中，他们是至尊文明的成员，他们生产着世界其他国家渴求的茶叶、瓷器和丝绸。到19世纪这种意识才开始减弱。他们开始把自己视做弱小“国家”的成员之一，他们不能控制进口商品涌入中国，也没有办法控制中国传统出口货物的市场被别国取代的情况。货物开始具有了民族性，在中国生产的商品被称为“中国产品”（Chinese products）或“国货”（national products）。中国是从世界的文化中心——中央王国——转变成世界上众多平等的民族国家之一，这种意识上的转换不只是简单地因为多次战争失败所导致，至少重新界定商品也同样重要。因为进口商品增长和出口商品市场份额下跌而产生的焦虑与日俱增，越来越多人觉察到，中国的物质文明在不知不觉中被进口商品普遍而深入地渗透了。实际上，由于19世纪晚期多种舶来品的俗称前带个“洋”字...，这些与众多进口商品相关联的名称是较早的那个自我想象瓦解的表现之一。 有两次事件反映了19世纪以来长期的经济危机。1793年，乾隆皇帝（1736—1796在位）对英国的商品无动于衷，他拒绝了英国国王乔治三世提出的外交要求，这段今天很出名的话是这样说的：“其实天朝德威远被，万国亲王，种种贵重之物，梯航毕集，无所不有。尔之正使等所亲见。然从不贵奇巧，并无更需尔国制办物件。”许多欧洲人认同英国国王的感受，当时的欧洲人评论此事时，经常换个说法：“中国能够生产人类生活所有的必需品，因此不需要与外国进行贸易。”

# 《制造中国》

## 编辑推荐

“在20世纪早期的中国，消费者是怎么被倡导‘买中国货’的？葛凯（Karl Gerth）在此远远不只是为此问题提供答案，他用反帝抵制外货和国耻海报、闪亮的展览厅、妇女的时装秀、国家支持的商业活动，以及其他丰富的具体事例，提供了广阔的文化阐释并进行了图示（除了文字，还有图片）。

”——高家龙（Sherman Cochran）（康奈尔大学历史系教授）

## 精彩短评

- 1、略读。除了跟当下的实事颇有关联，无趣的很。
- 2、后面60、70页的参考文献吓死我了。第一次看社会学？的专著，其实还蛮有意思。就标题来说，制造中国：消费文化与民族国家的创建，个人感觉消费文化方面的论述很详细，历史资料也摆了很多，以及从20世纪末开始民族主义的结合之路。不懂爱国主义和民族主义是等同的吗？
- 3、再精简一点 再深刻一点 就是本好书了
- 4、这本书中译2007年12月出版，我们在2008年秋季的课上就开始讨论这本书了，想想当时那个课真是很新潮啊~~
- 5、嗯~~和安德森的《想象的共同体》放一起读起到了相互补充滴效果啊~~
- 6、图文五楼看的
- 7、讲述近代中国消费主义和民族主义的关系勾连，提及多个过去大家不甚关注的切入点。
- 8、人长得帅，书写的也还好。
- 9、观点很新颖，关于民族国家的构建，以前的确是囿于上层精英的论述，对于从经济的角度做还没有，论述有力。
- 10、还书帐
- 11、一般。
- 12、选题极有趣，主要写消费主义与民族主义的离合嬗变，对于消费文化如何参与“制造中国”反而着墨不多。过于追求面面俱到，个案阐释不够深入，理论架构一览无余，彼得伯克身形隐现。译笔流畅，然有低级硬伤。
- 13、看看过去的案例，了解一下自己也是怎样被洗脑的
- 14、选题很好，但内容比较零散，有些地方写得不够深入，只是举了一两个例子。
- 15、作者通过观察20世纪初国货运动，讨论了民族主义如何塑造近代中国的消费文化。本书主要侧重于展现国货运动的广度，如男人形象变易，两次抵制洋货运动，国货展览会兴办，以及国货运动中主体和英雄的塑造——女性和爱国企业家。作为时间跨度数十年的运动，政治力量、经济因素和社会组织纷纷加入其中，实质是近代中国社会由于主权受限制而在民族主义口号下、以国货运动为平台的动员，以及消费文化的尝试重建，成败与否定则取决于评判标准。本书在深度上较为有限，很难看到运动对于近代工业所起的作用几何。数据和统计常被运动号召人用以描绘中国经济所受入侵和人民民族消费意识的薄弱，但是书中表格仅有一张。对于此类研究，还要考虑的是，话语和图像的解读权究竟在时人还是研究者手中，书中常能感到作者为读者解答种种意义，但当事人的反应却鲜有体现。
- 16、N年前读的，许多不温习读书笔记，又忘记说了些神马了~
- 17、民族资产阶级发起的国货运动改造了人民的消费习惯，客观上促进了民族主义思想的普及，对于近代中国人对于本民族认知、认同感的培养，提供了重要作用。
- 18、民国的黄金十年，国民党做了不少事
- 19、给《制造中国》加豆瓣标签，当我写下“消费文化”、“国族观念”、“身份建构”这几个宏大字眼的时候，有点慌。它们是什么呀@@在你津津乐道着这本书有新意的时候，绕不过一点心虚，图像理论、文本语境、身份认同等等——多少理解世界的华丽视角要集中在一个现象。这本书对历史事件和历史人物的鲁莽也就在所难免了。  
最近在想关于“边界”的问题，比如，一些模糊边界的现象，总在一个什么层面悄悄地竖起一堵心里的墙：像姚明——说起来算是NBA无国界、娱乐消费全球化进行的案例，可偏偏，姚明成为今天的YAO是以“中国
- 20、救亡图存里的资本主义现代化+？=国货话语霸权
- 21、以前读过，记得还可以。
- 22、警惕消费民族主义
- 23、中国的过去也好现在也罢，只能从外国人的眼中呈现
- 24、名字起的很华丽，无非是中国国货运动的历史梳理而已，而且造成这场运动的真正原因也没讲清楚~
- 25、很早之前读完，一直在消化。西方工业化对于农耕社会的冲击加上常期的分裂，使得中国制造变成十分复杂的民族因素，从民国的丝绸到近代工业产品，到现在盲目抵制日货，都是一棵树上的果子

## 《制造中国》

26、爱国成为消费的口号

27、文化分析，有点枯燥。有意思的是，商品博览会的演变历程，跟今天我国人民对待奥运会的心态有点相似。

28、从国货运动阐述近代民族主义的演进过程。

29、研究虽不甚系统，但难掩其视角之新。从消费的角度考察中国民族主义的形成，尽管之前有类似的研究，但却都不及本书全面与详尽。社会文化史对史料的要求真高，不得不对该领域的杰出研究者佩服不已。

30、写稿翻看。推荐民族主义视觉认知的制度化与民族国家统一神话的制造部分。剩下部分国货运动的起源、根基，男女形象的民族化、消费抵抗的实践及爱国企业家新意不多。

31、我想起小时候某可乐的广告“中国人自己的可乐”

32、消费主义民族化，介入广泛的民国史研究的一个角度。

33、HC430.CoGer，可以参考

34、中国有制造业吗？哈哈！

35、命题很好，驾驭材料中缺乏深挖。正如作者所说，消费文化与民族国家的战斗不仅仅是一场战役，而是持久的战争

36、消费主义与民族主义相互促进

37、商人在将商品与民族主义关联的同时，也为日后事业被国家充公埋下伏笔。「国货运动期间，消费成为普通中国人每日实践民族主义和反帝国主义的一种方式。国货运动产生的社会力量，最后也包括国家机器，都在重新界定和规范消费主义，直至将消费纳入民族意志可以接受的范围。」

38、差强人意

39、选题不错，材料选择上感觉有点缺乏说服力

40、fateface的推荐：找到中译了，再推一遍。各位有兴趣的话，看看国货运动和抵制外货在二十世纪早期的前史吧。据说作者写的时候很纠结，因为实在没发现国货运动和抵制外货带来什么实质性成果，所以最后只能写成观念史和消费文化史了。

41、终于出中译本了。

42、国族认同，性别形象，日常生活，空间展示，媒体符号，城市文化，消费主义，反正思想史之外该有的差不多都有了，感觉并不输给伯克《制造路易十四》，虽然取材面向不太一样。第三部分更有特点。由于不限个案，略显结论先行，史料随手拈来。翻译有些小硬伤。期待对于文革后数次类似浪潮的研究

43、又相逢，写论文的时候引用过英文版的辫子相关章节。完整的重读此书却是不一样的感觉。统一的民族国建观念的建构与国货运动相互交织，将抽象的共同体转化为日常生活的消费实践，展览会发挥着一个凝缩共同体图景的作用，“国货”与“洋货”的二元定义是通过我者与他者的区隔来划定民族边界的重要手段。对宣传广告与官方政令的再解读还原了那个人心浮动的时代，国货运动是否真正在经济上扭转贸易逆差已经不再重要，重要的民族国家的观念是怎样在辛亥革命后被建立，被认可，被实践。

44、这个题目太有意思了，可以一路做到现在。通过国货展览会建立民族国家的视觉认知啊女性在国货运动中的微妙角色，还有实业\_救国，民族\_资本家这些以前在历史教材不加思索接受了的概念，怎么连接起来的就很有意思（又怎么消失了）~~作者在史料上很下功夫，感觉是个写经验研究的好范本

45、写论文时参考得最多的一本。。。

46、：

C913.3/4727



# 《制造中国》

精彩书评

# 《制造中国》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)